



[www.cecacomercio.org](http://www.cecacomercio.org)



[www.andalucia.ccoo.es](http://www.andalucia.ccoo.es)



[www.ugt-andalucia.com/ftchtj/](http://www.ugt-andalucia.com/ftchtj/)

## **MANIFIESTO EN DEFENSA DEL COMERCIO ANDALUZ**

La Ley de Comercio Interior de Andalucía (Ley 1/1996, de 10 de enero), fruto de un amplio consenso social y parlamentario ha venido a enmendar en nuestra Comunidad, desde 1996, el Decreto Boyer, el cual, con la desregulación de horarios comerciales, produjo una quiebra importante en el Comercio Interior tanto en España como en Andalucía. Además, la normativa andaluza daba respuesta a la necesidad de regulación de un sector económico que representa más del 16% del PIB andaluz, y ocupa a más del 16% del empleo, estando agrupada esta actividad económica fundamentalmente en el pequeño y mediano comercio que, a su vez, engloba a más del 80% de los establecimientos, representando además en Andalucía al 92,3% de los de menos de cinco trabajadores.

En esta Ley, en referencia a la regulación de los horarios comerciales, se establecía que el horario máximo semanal sería de setenta y dos horas (art. 18), y los domingos y festivos abiertos al público serían como máximo de ocho al año (art. 19).

Esta normativa, que era la superación razonable a un negativo proceso de desregulación puesto en marcha por el Gobierno Central en 1985, volvió a ser quebrantada unilateralmente y de nuevo por dicho Gobierno del Estado, al aprobar por la vía de urgencia el Real Decreto Ley 6/2000, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios.

La norma anterior ha establecido un incremento del número mínimo de aperturas de domingos y festivos que debe regir con carácter general en todo el Estado (uno más cada año, hasta alcanzar doce en el 2004) estableciéndose que, para que se produzca la desregulación total de las aperturas comerciales debe ser decidida ésta conjuntamente entre el Gobierno del Estado y el de las Comunidades Autónomas.

A pesar de que la decisión debe ser conjunta, la actitud que el gobierno central viene practicando de tomar las decisiones unilateralmente, amenaza con una desregulación total a partir de 2005.

El Real Decreto Ley 6/2000 tuvo por respuesta un rechazo social total, que tuvo como máxima expresión la Huelga General de 10 de Octubre de 2000, el cierre de comercios y masivas manifestaciones en toda la geografía nacional.

La política de horarios comerciales por la que ha optado el Gobierno Central forma parte de un modelo de sector comercial que apuesta por el crecimiento descontrolado de grandes equipamientos comerciales y de ocio, en claro detrimento del modelo mediterráneo de comercio y ciudad, que integra de forma cohesionada las distintas actividades en torno al territorio.

---



[www.cecacomercio.org](http://www.cecacomercio.org)



[www.andalucia.ccoo.es](http://www.andalucia.ccoo.es)



[www.ugt-andalucia.com/ftchtj/](http://www.ugt-andalucia.com/ftchtj/)

Este modelo comercial incentivado por el Gobierno Central es claramente beneficioso para las grandes multinacionales del sector, que ya controlan entre las diez mayores empresas, más de la mitad del mercado de la alimentación, y que buscan concentrar la oferta, a la vez que la maximización de beneficio a través de mecanismos de diferimiento del pago a proveedores que les permiten importantes beneficios financieros en el mercado de capitales.

Además, este modelo fomenta el uso intensivo del transporte privado, la dislocación de la estructura urbana y la deslocalización del sector terciario desde el centro de los núcleos urbanos hacia la periferia, a la vez que favorece la desertización, la inseguridad ciudadana y la especulación inmobiliaria.

Los argumentos esgrimidos por el Gobierno Estatal, así como por las grandes empresas del sector de distribución comercial, a favor de la más absoluta desregulación del sector (tanto de horarios comerciales como de instalación de equipamiento comercial) son su supuesto impacto sobre el precio de los productos de gran consumo (y su impacto, a la baja, en el I.P.C.), la creación de puestos de trabajo y el derecho de los consumidores.

Estos tres postulados no son acordes con los propios estudios de la Administración Pública.

1. En relación con el precio de los productos de gran consumo, el Estudio elaborado en 2003 por la Universidad Complutense (Madrid) por encargo del Ministerio de Economía ha venido a demostrar que en la mayor parte de los productos de primera necesidad (como pescadería, frutas verduras y cárnicos), son los comercios especializados y los pequeños comercios los que ofertan precios más bajos a los consumidores comerciales.

Por tanto, es la pequeña y mediana empresa la que está conteniendo los precios en los productos de gran consumo en nuestro país, aportando valor al mercado, productos a los ciudadanos, permitiendo un adecuado abastecimiento a los consumidores y controlando la inflación.

En la Comunidad de Madrid, los domingos que están permitidos ascienden a 21, y haciendo una comparativa del IPC, la inflación interanual es superior a la andaluza, lo cuál demuestra lo maniqueo del argumento de que la liberalización redunda en beneficio del control de la inflación.

2. En relación con el empleo generado, el Informe "Transformaciones estructurales, precios y márgenes en el sector de distribución al por menos de alimentos" del Banco de España (2003), informe referido al ámbito nacional, demuestra que en, primer lugar, que la estructura del empleo se caracteriza por la fuerte presencia de empleo temporal (31% en 2001) y a tiempo parcial (40%); en segundo lugar, que las tiendas tradicionales han pasado de 92.484 en 1988 a 43.422 en 2000, lo que significa que el empleo neto creado por las
-



[www.cecacomercio.org](http://www.cecacomercio.org)



[www.andalucia.ccoo.es](http://www.andalucia.ccoo.es)



[www.ugt-andalucia.com/ftchtj/](http://www.ugt-andalucia.com/ftchtj/)

grandes empresas de distribución en el sector de comercio ha sido muy pequeño, sustituyéndose autoempleo (autónomos) por empleo temporal.

Este mismo Informe demuestra, por otro lado, que la transformación del sector a favor de las grandes empresas de distribución en alimentos ha supuesto factores negativos para la cohesión del territorio y de abastecimiento a los consumidores, transformándose en un factor de discriminación territorial ya que en 2002 se dan mayores diferencias de densidad comercial entre provincias con estructuras poblacionales similares respecto a 1995. En definitiva, permite la falta de cohesión territorial e implica la desertización comercial en España, y muy especialmente Andalucía, fenómeno que de permitirse la desregulación total, se acentuaría el desequilibrio existente en materia de abastecimiento al ciudadano.

Asimismo, y como anteriormente se apuntaba, dicho Informe concluye que en las grandes empresas de distribución existe una “estrecha relación entre política comercial y financiera, con notables desfases entre periodos de cobro a clientes y de pago a proveedores” lo que significa que el notable dinamismo del sector no reside tanto en su eficiencia de gestión de su actividad comercial sino en la intermediación financiera en detrimento de los proveedores. Ello origina efectos perniciosos para la pyme industrial en zonas del interior de Andalucía que está, de hecho, financiando el crecimiento de la gran distribución.

3. En relación con los consumidores, la libertad de aperturas e instalación no va acompañada de ninguna obligación de satisfacer la demanda de los mismos en el territorio. Es decir, las grandes empresas de distribución no tienen obligación de apertura cuando lo necesiten los consumidores, sino que tienen la libertad de abrir cuando a las mismas les sea rentable. De la misma forma, no tienen la obligación de instalar centros donde necesite (zonas rurales, de baja población, etc.) sino donde mayor rentabilidad obtengan. Además, la encuesta del CIS del año 2000, dejaba claro que no eran los consumidores los que apostaban por la desregulación de los horarios y que les parecía suficiente con la apertura de ocho festivos y domingos al año.

Por ello, podemos afirmar que el modelo unilateral por el que ha apostado el Gobierno del Estado es un modelo de comercio no racional, que no contempla ni las necesidades de los consumidores, ni de los trabajadores, ni de los territorios sobre los que se asienta y que está muy alejado del modelo de comercio autóctono de nuestra Comunidad Autónoma.

Por todo ello, las partes firmantes de este Manifiesto, la Confederación Empresarial del Comercio de Andalucía, Comisiones Obreras de Andalucía y la Unión General de Trabajadores de Andalucía acuerdan:

1. Exigir al Gobierno de la nación que derogue la Ley 6/2000, restituyendo la normativa consensuada de aplicación anterior a esa Ley.
-



[www.cecacomercio.org](http://www.cecacomercio.org)



[www.andalucia.ccoo.es](http://www.andalucia.ccoo.es)



[www.ugt-andalucia.com/ftchtj/](http://www.ugt-andalucia.com/ftchtj/)

2. Defender en los distintos niveles institucionales y económicos en los que participamos un modelo de comercio sostenible, basado en el fortalecimiento del comercio autóctono y adecuado al marco social en que se desarrolla, consensuado por los distintos actores sociales del sector.
3. Defender un Modelo Regulador de los Horarios Comerciales con el espíritu de la Ley andaluza, esto es, estable y no transitorio, que siendo respetuoso con el principio de libertad de empresa, favorezca la libre y leal competencia, evitando grandes concentraciones de la oferta comercial que perjudican la posibilidad de elección del consumidor, deterioran la calidad del empleo en el sector y dificultan las posibilidades de conciliar la vida laboral y familiar, en detrimento del necesario descanso dominical y festivo.
4. Defender la necesidad de ejercer las competencias en comercio interior de la Comunidad Autónoma de Andalucía para regular las políticas comerciales (especialmente la de instalaciones de comercio) de instalaciones comerciales, evitando injerencias de otras administraciones del Estado.
5. Trasladar a la opinión pública Andaluza, a sus partidos políticos y otras organizaciones sociales los efectos perniciosos que puede tener la desregulación total de los horarios y libertad de implantación de superficies comerciales, a fin de propiciar el mantenimiento del modelo de comercio socialmente rentable y sostenible que forma parte de la tradición y la cultura mediterránea y andaluza.

Francisco Román Amor  
Presidente de CECA

Rafael Martín Arcas  
Secretario General  
de FTCHTJ-UGT Andalucía

Manuel García Morales  
Secretario General  
FECOHTAN-CC.OO. Andalucía

Sevilla, Noviembre de 2003.

---